

торские качества. Таким образом, коллективное и индивидуальное творчество на занятиях по риторике на уровне непосредственного общения может способствовать формированию необходимых знаний, навыков и способностей будущих специалистов.

Литература

1. Античные риторики / общ. ред. А.А. Тахо-Годи. – М.: Изд.-во Московского ун-та, 1978. – 352 с.
2. Ключев Е.В. Риторика (Инвенция. Диспозиция. Элокуция): учеб. пособие для вузов / Е.В. Ключев. – М.: ПРИОР, 2001. – 272 с.
3. Леммерман Х. Учебник риторики. Тренировка речи с упражнениями / Х. Леммерман; пер. с нем. С.Т. Бугло. – URL: <http://www.orator.biz>

ТЕАТРАЛЬНАЯ АФИША КОНЦА XIX – НАЧАЛА XX В. КАК СПОСОБ ВИЗУАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИИ

**(По материалам коллекции дома-музея
Марии Заньковецкой в Киеве)**

Будник Андрей Викторович

*старший преподаватель, Киевский национальный
университет культуры и искусств, Украина, г. Киев
e-mail: budnyk_design@ukr.net*

Аннотация. Статья исследует театральную афишу конца XIX – начала XX в. как инструмент визуальной коммуникации на примере собрания дома-музея актрисы М.К. Заньковецкой. Максимально используя ограниченные полиграфические возможности и прибегая к помощи средств типографики, наборщики в рамках жанра создали остроумные коммерческие афиши с целью привлечения зрителя.

Ключевые слова: театр, афиша, типографика, шрифт, визуальная коммуникация.

Задачей статьи является изучение специфики установления театральной труппой визуальной коммуникации со зрителем при помощи афиш, выполненных для артистической деятельности труппы украинской сцены Марии Заньковецкой. Актуальность исследования состоит в том, что театральная украинская афиша в подобном аспекте ранее не изучалась. Некоторое внимание украинской

афише уделено в диссертации К.В. Лапиной «Театральная афиша в России: опыт истории от возникновения до 20-х годов XX века». Описывала провинциальную театральную афишу на переломе XIX–XX вв. и Т.С. Небесная, уделив внимание полиграфическому исполнению.

Сценическое искусство объединяет драматургию, режиссуру, актерское мастерство, театрално-декорационное искусство, но особая роль принадлежит, безусловно, зрителю, без которого театр не может функционировать и развиваться. Впрочем, чтобы попасть на спектакль, необходимо по крайней мере знать, что это за постановка, кто ее представляет и играет, где и когда она состоится. Афиша и должна информировать зрителя о предстоящем событии.

Информационные листки-объявления являются важными звеньями в социокультурной цепочке и служат посредниками между театральным искусством и зрителями. Это не мешает афише быть самодостаточным объектом, что особенно проявляется с течением времени, когда от сценических постановок не остается аудио- или видеозаписей и единственное, что сохраняется – бумажные носители. Оттиск служит документальным свидетельством для истории, бесценным источником информации о репертуаре, составе труппы, актерской иерархии, месте и времени спектаклей, дифференцированных для различных слоев населения ценах на билеты. Афиша помогает проследить творческое развитие и биографию актеров, их служебную занятость и гастрольный график труппы. Встречаются фамилии цензоров, которые позволяли, так сказать, выпуск произведения в свет и названия типографий (как правило, это фамилии их владельцев) с адресами, где были отпечатаны листы. По иронии судьбы единственное, что отсутствует на отпечатках – имена их авторов-наборщиков, которые визуализировали коммуникативный посыл, дошедший через века.

Афиша – это еще и документ, отражающий культурно-социальный запрос тех времен, эстетические вкусы и художественные предпочтения публики, ее понимание действенности рекламы и понятие красоты в решении шрифтовых композиций с нехитрым (или изысканным) орнаментальным убранством. В конце XIX – начале XX в. театральная афиша выполняла сугубо информационные и

рекламные функции – извещать и заинтересовывать зрителя, привлекать его на спектакль. Главное место занимал текст, а рисунок (здесь – орнамент) только украшал, заполняя свободные места. В этот период можно проследить, как менялась форма, содержание, средства и приемы подачи информации от дореволюционной перенасыщенной мещанской слащавости до зарождения простоты советского конструктивизма. Впоследствии шрифт-афиша значительно ослабит свою информационную функцию и примет качества произведения изобразительного искусства в новой форме существования – «плакате», где главное не информация, а изображение, иллюстративная составляющая, где текст выполняет лишь вспомогательное действие и подчиняется визуальной доминанте.

Интересная коллекция наборной шрифт-афиши, связанной с творчеством примы украинской сцены последней четверти XIX – начала XX в. Марии Константиновны Заньковецкой, находится в Киеве в доме-музее ее имени. Эта выдающаяся личность сыграла большую роль в становлении и развитии украинского национального театра. Экземпляры из собрания афиш показывают, какой популярностью пользовалась и в каком репертуарном диапазоне работала труппа одного из основателей дореволюционного театра в Украине М.Л. Кропивницкого и лично примадонна. Афиши, сопровождавшие гастрольную деятельность, выполнены достаточно профессионально, разнообразно, с впечатляющей креативностью и не лишены аттрактивности. Они влияют на зрителя комбинациями удачно скомпонованных шрифтовых конструкций, иногда неповторимых и складывающихся в самостоятельные образы. Такой визуальный продукт не мог остаться без внимания, не мог не волновать, был для обывателя чем-то загадочным. Публике внушалось мнение, что, не посетив представление, зритель упустит нечто значительное.

Блестящая типографика с использованием разнокалиберных шрифтов, которые то объединялись, то начинали конфликтовать между собой (в зависимости от характера спектакля), создавала эффекты вызывающей рекламности, скрытой эмоциональной напряженности, мещанской игривости. Кажется, что даже на человека, который не умел читать, афиша влияла знаково-шрифтовыми

группами, действовавшими на подсознание как закодированные символы. Целью было пробудить желание посетить спектакль (расплатиться за входной билет), чтобы получить нечто, что откроется с помощью энергетики театрального действа. И все это благодаря мастерству неизвестных наборщиков, установивших визуально-коммуникативный контакт не только с прохожими на рубеже столетий, но и с современными зрителями.

Например, афиша к спектаклю по произведению Т.Г. Шевченко «Назар Стодоля» (рис. 1).



Рис. 1. Афиша к спектаклю по произведению
Т. Г. Шевченко «Назар Стодоля»

«Драму с пением и танцами на малороссийском языке» представляли в нынешнем Кировограде (областной центр, Украина) «под режиссерством» М.Л. Кропивницкого. Действие происходит в козацкой слободе под Чигирином, где богатый сотник хочет выдать дочь за нелюбимого ею полковника.

Типограф XIX в. привлекает внимание к первому слову в названии пьесы – НАЗАРЪ, которое набрано большим рубленным шрифтом от края до края, что дает понять непоколебимость человека, способного, защищая свое достоинство, пойти на конфликт с влиятельными персонажами. Слово СТОДОЛЯ составлено меньшим

кеглем, буквы украшены орнаментом с национальным колоритом и намекающим на романтическую окраску пьесы. Композиция симметрична, сбалансирована по массам, взгляд прикован к названию, время проведения и режиссер получают меньше внимания наборщика и, как следствие, зрителя. Действующие лица и исполнители поданы совсем мелким шрифтом с целью не помешать основной информации.

Следующая афиша к спектаклю по пьесе М. Кропивницкого «Пока солнце взойдет, роса глаза выест» / «Доки сонце зійде, роса очі виїсть» (рис. 2).



Рис. 2. Афиша к спектаклю по пьесе Марка Кропивницкого «Пока солнце взойдет, роса глаза выест»

В спектакле, проходившем в рамках того же гастрольного турне, ярко отражен барский быт, высмеиваются распущенность, аморальное поведение панычей, паразитический образ их существования. Афиша удивляет необычной композицией: центральная шрифтовая группа образует интригующую комбинацию, похожую на загадочный ребус. Налицо попытка создать нечто оригинальное, хоть и в пределах, ограниченных техническими возможностями жанра. Название набрано разными шрифтовыми гарнитурами, слова ДОКИ и ЗІЙДЕ написаны диагонально, что напоминает портик барского имения в стиле классицизм. Возможно, в названии присут-

ствуется скрытый тайный смысл, психологический подтекст – вседозволенности и безнаказанности. Буквы действуют будто по собственному усмотрению, ломают устоявшиеся традиции подачи подобной информации, можно предположить, это сознательная визуализация замысла наборщика или заказчика печатного оттиска. Даже название другого, «заключительного» спектакля, «Дайте мне старуху», расположенное ниже, поддерживает всю композицию и служит фундаментом. Реклама двуязычна: сопровождающая информация подана на русском языке, название спектаклей – на украинском.

Афиша к оперетте «Черноморцы» (рис. 3).



Рис. 3. Афиша к оперетте «Черноморцы»

Либретто написано драматургом М. Старицким по пьесе генерала Я. Кухаренко «Черноморский быт на Кубани в 1794–1796 гг.». Музыка Н. Лысенко. Оперетта очень показательна в смысле процесса становления национальной культуры. В произведении прослеживается прочная опора на народные традиции, используется много песен. Впрочем афиша выполнена не из фольклорных элементов, наоборот, достаточно неожиданна в своем графическом решении и не лишена новаторства. Название «Черноморцы» набрано шрифтом удлинненной формы, использованы буквы разного размера, что создает впечатление движения и динамики. В таком чередовании можно увидеть и волнистость моря, и орнаментальность, схожую с народными мотивами, и намеренный рваный ритм,

не лишенный музыкальности. Варианты расшифровки этого типографского послания могут быть разными, неоспорим факт, что шрифтовая находка при помощи оптического эффекта привлекает взгляд зрителя, а значит, выполняет свою прямую функцию. Афиша местами перегружена, есть ощущение скученности и неразборчивости в использовании шрифтовых касс, но все спасает игра в названии с различными кеглями. Присутствуют способы написания слов, далекие от правил правописания, но допустимые в те времена. Например, подача словосочетания «представлено будет» делается четырьмя частями с большими расстояниями между собой: «ПРЕД СТАВЛ. БУД ЕТЬ».

Хотя в композиционном построении вышеупомянутых афиш («Пока солнце взойдет, роса глаза выест» и «Черноморцы») четко прослеживается серийность за счет повторяющейся стандартной «константы-шапки» (что, казалось бы, ограничивает творческий маневр наборщику), отпечатки представляют собой пример острой и изобретательной типографики, позволяющей нестандартные решения в сменном модуле — в названиях спектаклей. И это не самоуверенный безосновательный формализм, а попытка создать образ, адекватный содержанию театрального представления.

Еще одна афиша к оперетте с национальным колоритом — «Наталка Полтавка» по И.П. Котляревскому (рис. 4).



Рис. 4. Афиша к оперетте «Наталка Полтавка»
по Ивану Котляревскому

Хотя лист представляет сразу два спектакля (типично для того времени): водевиль «Вспышка у домашнего очага» (орфография оригинала) и малороссийскую оперетту «Наталка Полтавка», внимание наборщика уделено второй постановке, идущей «по желанию публики» и требующей соответствующего графического выделения с целью привлечения платежеспособных слоев населения. Таким образом, визуальная коммуникация выполняет свою коммерческую функцию. Довольно лаконичная афиша, вероятно, была набрана человеком добросовестным, лишенным новаторских амбиций. Об этом свидетельствует не только простая композиция, но и слепое следование правописанию в подаче названий – они написаны с точками в конце слова, что ломает симметричность построения надписей (еще и раздробленных различными шрифтами в разных строчках), хотя общая композиция декларирует стремление к равновесию.

Шедевр типографики – афиша к спектаклю по произведению М. Старицкого «Не так случилось, как хотелось» / «Не так случилось, как ждалось» (рис. 5).



Рис. 5. Афиша к спектаклю по произведению
Михаила Старицкого «Не так случилось, как хотелось»

Шрифты поданы волнистыми лентами, идущими диагонально по кривым траекториям через весь лист, что создает динамику

и напряжение. Строчки пересекаются и, связывая отдельные плоскости, образуют новые формы. Для достижения эффекта наборщик даже устраняет обязательные пробелы между словами (уместно сравнить с ученической старательностью исполнителя предыдущей афиши «Наталка Полтавка», который не забыл даже точки в конце названий). Чтобы прочитать текст, нужно сконцентрировать внимание, проследить направление, по которому двигаются слова, чему помогает декоративный наборный элемент – рука, которая указательным пальцем обозначает траекторию предложения. Подобные изображения указующих кистей в широком ассортименте (прорисованные штрихами или поданные черным плоскостным пятном) были обязательным атрибутом типографий на грани столетий. Афиша завораживает и настраивает на неординарное событие, создает ощущение предстоящей интриги, конфликта.

Следующая работа того же периода – афиша к спектаклю «Безталанна» («Несчастливая») по произведению И. Карпенко-Карого (рис. 6).



Рис. 6. Афиша к спектаклю «Безталанна» («Несчастливая») по произведению Ивана Карпенко-Карого

В спектакле поднимается тема трагической женской судьбы, рассматриваются, кроме личных человеческих отношений, проблемы, связанные с жизнью села, которое не избавилось от тяжелого наследия феодально-крепостнических отношений, и где не исчезли

старые предубеждения, дикие обычаи (травля свекровью невестки и т. д.). Афиша не обещает никакого драматизма, жестокости, а наоборот, выглядит довольно игриво. Буквы названия «БЕЗТАЛАННА» расположены аркой, такой способ подачи привлекает внимание и создает «окно», формой напоминающее архитектурное обрамление театральной сцены, которая влечет в другое измерение с целью получить наставления морального характера или просто удовлетворить мещанское любопытство через подглядывание за частной жизнью других людей. Становится понятным, что стилистический диапазон зрительских симпатий ограничен и находится в рамках социально-культурного запроса тех времен. Публика посещала представление, чтобы развлечься и найти нечто общее с той жизнью, которая была ей знакома и понятна.

Отметим попытку наборщика не упростить себе задачу, а наоборот, создать оригинальную композицию, преодолев сложившиеся штампы графической подачи информации в этом жанре, и установить визуально-коммуникативный контакт с потенциальным посетителем спектакля.

Совсем просты по исполнению следующие две афиши: «Бондаривна» (рис. 7) и «Лымеривна» (рис. 8).



Рис. 7. Афиша к спектаклю «Бондаривна»



Рис. 8. Афиша к спектаклю «Лымеривна»

Неприхотливая композиция, использование шрифтов одной гарнитуры только подчеркивает типографскую изобретательность авторов ранее описанных произведений. Впрочем, отсутствие большой художественной ценности и «стандартизированность» исполнения не мешают этим шрифт-афишам быть ценными культурными документами своего времени.

К произведениям «второго» ряда можно отнести и афишу к спектаклям «Бурлака» и «Наймычка» (рис. 9).



Рис. 9. Афиша к спектаклям «Бурлака» и «Наймычка»

От двух вышеупомянутых афиш ее отличает попытка создать определенный драматизм в надписи НАЙМИЧКА (укр.) с помощью инверсии. Поскольку это было возможно лишь при наличии именно такой шрифтовой гарнитуры в арсенале типографии, то к чести наборщика следует отнести желание творчески подойти к художественно-графическому решению с помощью имеющихся ресурсов. Впрочем, иногда такое стремление выливалось в чрезмерное увлечение гарнитурами, когда словесные комбинации набирались различными шрифтами в пределах одной строки. См. фразу «РАНКОМ ПО ЗМЕНШЕНИМ ЦІНАМ виставлено буде:» (укр.).

Анализ стилистической направленности и композиционной структуры театральной афиши конца XIX в. приводит к выводу, что последняя имела все признаки рекламного коммерческого продукта и выполняла цель установления коммуникативного визуального контакта со зрителем для привлечения на спектакль. Отметим, что афиша на территории Украины развивалась в мировом тренде, основанном в 1-й половине XIX ст. американским цирковым продюсером Фианесом Тейлором Барнумом и существенно не изменявшимся около 100 лет до середины XX века. Впрочем, процесс происходил не без определенной национальной коррекции, более того, даже с региональной спецификой.

Например, законодателем мод на театральную типографику в Западной Украине конца XIX – начала XX в. был первый профессиональный «Театр Української Бесіди» (до 1914 г. имел название «Театр Руської Бесіди»). Шрифт-афиши заведения, основанного во Львове 29 марта (10 апреля) 1864 р., в построении листа тяготели к симметричной классической композиции, заимствованной в Европе, и нередко использовали в наборе латинские буквы вместо кириллических. Например, в названии премьерного спектакля на месте славянской «У» увидим латинскую «Y» – «МАРУСЯ».

Афиша центральной Украины (Киев, Полтава, Елисаветград) более свободна в исполнении, раскована в типографике и построении пространства. Наборщики стремятся не просто выкладывать большими буквами название спектакля, но при помощи шрифтовых

композиций создают ассоциативный образ произведения, выстраивая привлекательное для зрителя предложение, заметное в городской среде и устанавливающее коммуникацию более действенно, чем листы с упрощенной стандартной схемой построения.

Неизвестным наборщикам XIX века служил арсенал художественных приемов и средств (кроме цвета, который появлялся исключительно как тонированная бумага), таких как: симметрия и асимметрия («Не так склалось, як жадалось»), динамика и статика («Доки сонце зійде, роса очі виїсть»), ритм («Чорноморці»), контраст и нюанс («Доки сонце зійде, роса очі виїсть»), пропорциональность и масштабирование («Назар Стодоля», «Наталка Полтавка»).

Требованием времени и жанра была читабельность шрифтов с большого расстояния, особенно в главных названиях. Наборщик не всегда мог устоять перед искушением представить весь шрифтовой арсенал типографии в одном пространстве. Визуальная коммуникация интерпретировалась как отсутствие пустоты на листе, максимальное разнообразие гарнитур и кеглей, старомодный мещанский декор, в чем реализовывалась архаичная страсть к украшательству (*horror vacui* – боязнь пустоты) на каждом сантиметре листа. Со стилистической точки зрения представленные образцы относятся к эклектике с элементами зарождающегося модерна. Книгоцентричная эпоха также повлияла на афишу – она прежде всего должна была быть прочитана.

Афиши советского времени из коллекции дома-музея выглядят несколько упрощенными в сравнении с дореволюционными (до 1917 г.). Сказывается влияние конструктивистских схем построения. Аскетичная композиция отличает лист от 15 декабря 1922 г. к торжественному празднованию 40-летнего юбилея артистической деятельности М.К. Заньковецкой (рис. 10).

Типичная конструктивистская сетка присутствует в афише к открытию сезона Государственного украинского театра «Жовтень» (рис. 11).

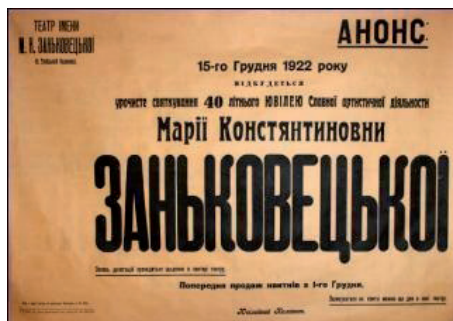


Рис. 10. Афиша от 15 декабря 1922 г. к торжественному празднованию 40-летнего юбилея артистической деятельности М.К. Заньковецкой



Рис. 11. Афиша к открытию сезона Государственного украинского театра «Жовтень»

Используя минимальные технические возможности того времени, привлекая художественные средства, личную одаренность и изобретательность наборщики даже провинциальных типографий создавали впечатляющие произведения, которые эффективно работали на улицах городов, с афишных тумб призывая посетить спектакль, реализуя акт визуальной коммуникации. Именно в этом состоит художественная привлекательность и культурно-историческая ценность шрифт-афиш из коллекции дома-музея Марии Заньковецкой в Киеве.

Литература

1. Краткая литературная энциклопедия. В 9 т. Иаков–Лакснесс / гл. ред. А.А. Сурков. – М.: Сов. энцикл., 1966. – Т. 3. – 975 с.: ил.
2. Лапина К.В. Театральная афиша в России: опыт истории от возникновения до 20-х годов XX века: автореф. дис. ... канд. искусствоведения / К.В. Лапина. – Москва, 2008. – 27 с.
3. Маркшис-Ван Т.Й. Артисты и цирковой плакат: ист. обзор / Т.Й. Маркшис-Ван, Б. Новак; пер. с нем. Т. Ю. Родионовой; авт. послесл. Ю. Нехорошев. – М.: Искусство, 1986. – 270 с.: цв. ил.
4. Музей театрального, музыкального та кіномистецтва України / підгот. І. Дробот; ред. А.-М. Волосацька; світлини та макет А. Кіся. – Київ, 2013. – 47 с.
5. Театральная энциклопедия. В 6 т. Гловацкий-Кетуракис / гл. ред. П.А. Марков. – М.: Сов. энцикл., 1963. –Т. 2. – 1212 стб., [4] л. ил.: ил.

ВИЗУАЛИЗАЦИЯ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ

Галлямов Филус Гатипович

*доктор филологических наук, профессор, Елабужский институт
Казанского (Приволжского) федерального университета,
Россия, г. Елабуга
e-mail: gfilus@yandex.ru*

Ханова Айгуль Филусовна

*кандидат филологических наук, доцент, Набережночелнинский
институт Казанского (Приволжского) федерального
университета, Россия, г. Набережные Челны
e-mail: ahan.85@mail.ru*

Аннотация. Данная статья посвящена рассмотрению особенностей визуализации в современном информационном обществе. Рассматривается влияние визуализации на новый тип мышления.

Ключевые слова: визуализация, информационное общество, клиповое мышление, полушарная речевая доминантность.

Общество XXI века, характеризующееся как информационное, провозглашает информацию ключевой концепцией производства, а также основным значимым фактором в современных условиях